

UNDERSTANDING FRANCHISE BRAND SELECTION CRITERIA OF
FRANCHISEE: A CASE STUDY OF BUBBLE TEA FRANCHISE INDUSTRY IN
THAILAND

JAKKRAPHAN POLPAK 5338737 ICMA/M

M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)

THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: MALINVISA SAKDIYAKORN,
PH.D., DISSATAT PRASERTSAKUL, PH.D.

ABSTRACT

Acquiring franchisees is one of the key success factors of a franchising business. Franchisees could help a franchise brand to growth faster and be more stable. However, most of the existing franchising literature is not specified, in terms of the criteria of choosing a franchise brand, because the franchise brand selection criteria are different for each type of business. Thus, this research proposes to study the franchise brand selection criteria of a bubble tea franchise business in Thailand.

Based on the detailed information, provided by 20 franchisees of the 5 targeted bubble tea franchise brands, the researcher found that brand reputation, profitability, cost of franchising, and personal preference towards a brand are the deciding factors in choosing a franchise brand. The financial health of the franchisor and stakeholder are also affected. The researcher also found that a lot of other criteria did not effect the decision making process in the choice of becoming a franchisee of a particular bubble tea franchise business.

KEY WORDS: FRANCHISING/BRAND SELECTION CRITERIA/BUBBLE
TEA/QUALITATIVE RESEARCH

95 pages

ทำความเข้าใจปัจจัยการเลือกแบรนด์แฟรนไชส์ของแฟรนไชส์ซี; กรณีศึกษาธุรกิจชานมไข่มุกในประเทศไทย

UNDERSTANDING FRANCHISE BRAND SELECTION CRITERIA OF FRANCHISEE: A CASE STUDY OF BUBBLE TEA FRANCHISE INDUSTRY IN THAILAND

จักรพันธ์ พลภักดิ์ 5338737 ICMA/M

บธ.ม. (การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: มาลินวิศา ศักดิ์ยากร Ph.D., คิสสัทต์ ประเสริฐสกุล Ph.D.

บทคัดย่อ

การเพิ่มจำนวนแฟรนไชส์ซีถือเป็น 1 ในปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ในทุกวันนี้ เนื่องจากแฟรนไชส์ซีสามารถช่วยแบรนด์แฟรนไชส์ให้มีการเติบโตที่รวดเร็วยิ่งขึ้นและมีเสถียรภาพยิ่งขึ้น แต่ทว่าผลของงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการเลือกแบรนด์แฟรนไชส์นั้นกลับแตกต่างกันออกไปในแต่ละงานวิจัย ทั้งนี้เนื่องจากว่าปัจจัยการเลือกแบรนด์แฟรนไชส์นั้นจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจที่แฟรนไชส์นั้นๆกำลังทำอยู่ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นหาปัจจัยการเลือกแบรนด์แฟรนไชส์ในธุรกิจชานมไข่มุกในประเทศไทย

งานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์แฟรนไชส์ซีจำนวน 20 ท่านใน 5 แบรนด์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยทั้ง 20 ท่านนั้นยังคงดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในฐานะแฟรนไชส์ซีในแต่ละแบรนด์อยู่ งานวิจัยนี้ได้พบว่า ชื่อเสียงของแบรนด์แฟรนไชส์ ความสามารถในการทำกำไร ค่าแฟรนไชส์ และความชื่นชอบส่วนบุคคลนั้นมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์แฟรนไชส์ของแฟรนไชส์ซี โดยที่สภาพคล่องทางการเงินของแฟรนไชส์แบรนด์ และอิทธิพลจากผู้อื่นที่ติดต่อด้านนั้นก็มีผลต่อการตัดสินใจเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้ยังได้พบว่ามีปัจจัยอื่นๆอีกมากมายที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของแฟรนไชส์ซีในการเลือกแบรนด์แฟรนไชส์